

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motion graphic adalah tipe animasi yang menampilkan gabungan dari ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi, misalnya penggunaan running teks pada billboard iklan. Secara umum animasi berarti menghidupkan urutan still image (gambar tidak bergerak), atau teknik memfilmkan susunan model atau gambar untuk menciptakan rangkaian gerak ilusi. Jadi animasi dibentuk dari model-model grafis yang kemudian digerakkan. Animasi motion graphic disebut juga gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya digunakan banyak gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa sehingga tampak seolah-olah gambar tersebut dapat bergerak. Adapun teknik lain seperti live shoot yakni pengambilan gambar secara langsung sehingga tampak lebih nyata dan lebih spesifik namun membutuhkan biaya produksi yang lebih mahal seperti penyewaan model dan kamera serta properti yang digunakan. Penulis memilih menggunakan teknik motion graphic untuk mengurangi penggunaan biaya produksi dan dengan motion graphic akan membuat video lebih menarik perhatian anak-anak maka pada penelitian ini penulis akan membuat video iklan pada es coklat coa-coa menggunakan motion graphic.

Es coklat coa – coa adalah sebuah merk minuman masa kini yang digemari dari kalangan anak hingga dewasa. Es coklat coa – coa yang berlokasi di Jl. Flamboyan No.370 Perumnas, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta mengedepankan pelayanan dan memberikan kualitas terbaik dalam sajian produk

yang dijualnya. Selama ini es coklat coa – coa belum banyak diketahui oleh publik karena selama ini penyebaran informasi hanya sebatas dari mulut ke mulut dan mengunggah iklan di Instagram tanpa mencantumkan informasi yang cukup. Sementara banyak informasi yang perlu disampaikan dan membutuhkan ilustrasi seperti menampilkan menu produk, menampilkan macam- macam varian rasa dari es coa-coa,serta menampilkan alamat kedai es coa-coa,.

Dari informasi di atas penulis mencoba mengusulkan adanya pembuatan media promosi yang baru dengan menggunakan animasi motion graphic. Maka dengan motion graphic diharapkan mampu memvisualisasikan informasi-infomasi yang kurang dan tidak dijelaskan di media sebelumnya. Karena motion graphic sendiri mampu menyajikan informasi secara padat dan ilustratif.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis membuat penelitian ini dengan judul “ Perancangan Media Iklan Pada Es Coklat Coa-Coa Dengan Teknik Motion Graphic”. Dengan adanya video motion graphic ini diharapkan informasi dapat tersampaikan dengan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penyusun dapat mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara membuat video iklan pada es coklat coa-coa dengan teknik motion graphic sehingga dapat meningkatkan branding dari es coklat coa-coa ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik yang akan digunakan untuk pembuatan video iklan pada es coklat coa-coa ini yaitu dengan menggunakan teknik *motion graphic*.
2. Pembuatan video iklan pada es coklat coa-coa ini ditujukan kepada masyarakat umum.
3. Video iklan pada es coklat coa-coa ini di fokuskan tayang di akun Youtube,
4. Video iklan pada es coklat coa-coa ini memiliki durasi maksimal 1 menit.
5. Video ini akan diuji apakah sudah layak tayang untuk digunakan sebagai video iklan pada es coklat coa-coa.
6. Pengujian akan dilakukan oleh masyarakat sekitar yang dipilih secara acak.
7. Tahapan penelitian ini hanya sampai di tayangkan ke akun youtube.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun dilakukannya penelitian ini adalah memiliki maksud dan tujuan, maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan media iklan pada es coklat coa-coa yang tepat dan efektif bagi para konsumen.
2. Meningkatkan kemampuan dalam bidang multimedia yang selama ini didapat di Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi Strata 1 Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua bagian, dan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang di dapat sebagai berikut, mengetahui cara merancang informasi melalui video dengan teknik motion graphic.

2. Manfaat Praktisi

Manfaat praktisi yang di dapat sebagai berikut, sebagai video promosi dan informasi bagi para konsumen.

1.5.1 Bagi Penulis

Manfaat yang diperoleh penulis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menjadi lebih terpacu dalam mempelajari sebuah video infografis yang menggunakan Teknik motion graphic.
2. Mengasah kemampuan dalam mengolah software editing.
3. Mampu menyelesaikan penyusunan skripsi untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Bagi Objek Penelitian

Manfaat yang diperoleh objek penelitian dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Sebagai media iklan pada es coklat coa-coa sehingga dapat lebih dikenal masyarakat luas.
2. Sebagai promosi untuk mengenalkan es coa-coa.

1.5.3 Bagi Universitas Amikom Yogyakarta

Manfaat yang diperoleh Universitas Amikom Yogyakarta dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Dapat menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa yang sedang, atau akan mengerjakan Skripsi.
2. Dokumentasi karya ilmiah dalam bentuk Skripsi pada bidang Multimedia.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penulisan dan penyelesaian media iklan pada es coklat coa-coa melalui beberapa metode, yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, penulis menggunakan metode wawancara dan observasi. Berikut penjelasan dari metode tersebut

1. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan pihak dari es coklat coa-coa, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap banyak video panduan pembelajaran dengan teknik motion graphic.

1.6.2 Metode Analisis

Pada tahap analisis, dilakukan proses identifikasi menggunakan metode analisis SWOT dan analisis kebutuhan.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan merupakan langkah awal dalam pembuatan video ini yaitu tahapan pra produksi. Pada tahapan ini dilakukan persiapan yang dibutuhkan untuk membuat video meliputi merancang ide cerita, merancang konsep, rancangan narasi, dan storyboard.

1.6.4 Metode Pengembangan

Pada tahap ini peneliti melakukan pembuatan asset motion graphic, dan perekaman suara yang telah dibuat dari tahap pra produksi tadi yang kemudian tahapan terakhir tahap pasca produksi yaitu, melakukan editing yang digabungkan dengan motion graphic, perekaman efek suara, mixing audio dan gambar, hingga tahap finishing yang berupa rendering.

1.6.5 Metode Testing

Tujuan dari pembuatan projek skripsi ini adalah sebagai iklan pada es coklat coa-coa serta harapan kedepan dapat menjadikan es coa-coa lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dan setelah pembuatan video iklan pada es coklat coa-coa ini selesai, maka dilakukan pengujian dengan memberikan kuisioner kepada beberapa konsumen dan masyarakat sekitar.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami lebih jelas tentang penulisan penelitian ini, maka penulis mengelompokkan materi penulisan menjadi lima (V) bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori dan konsep dasar yang melandasi permasalahan penelitian ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan tentang analisis yang digunakan dan penjelasan tahap praproduksi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang tahap produksi dan pascaproduksi pembuatan video pembelajaran gerakan dasar fitness bagi pemula.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dapat diberikan oleh penulis dan hasil penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**